

Pro und contra zum Thema Milch

Magazin veröffentlicht Gastbeitrag mit voller Transparenz

Ein Nachrichtenmagazin veröffentlicht online einen Artikel unter der Überschrift „Glaubenskrieg um die Milch: Abrüstung tut not“. In dem Gastbeitrag schreibt der Autor, Chefredakteur einer Kommunikationsagentur, die unter anderem für die Initiative Milch, die Branchenkommunikation für Milchindustrie und Agrarverbände, tätig ist, über das Thema Milch. In einer Autorenavorstellung wird über seine Rolle informiert. Ein Beschwerdeführer sieht in der Veröffentlichung Werbung, bei der eine Kennzeichnung als Anzeige erforderlich gewesen wäre. Da dies nicht geschehen sei, sei die Veröffentlichung aufgrund ihrer redaktionellen Aufmachung irreführend. Ein anderer Beschwerdeführer kritisiert eine Eins-zu-Eins-Übernahme der Stellungnahme eines Lobbyverbandes mit Werbung für ein Produkt. Der Ressortleiter Finanzen teilt mit, dass es sich bei dem Gastbeitrag nicht um eine bezahlte Veröffentlichung gehandelt habe. Ebenso wenig liege ein Fall von Schleichwerbung vor. Der Autor schreibe nicht über ein konkretes Unternehmen oder ein Produkt, sondern über das Lebensmittel Kuhmilch. Den Leserinnen und Lesern werde vollständig transparent gemacht, dass der Text nicht von der Redaktion stamme, sondern von einem Gastautor. Dies sei bereits durch die Autorenzeile erkennbar. Der Autor sei in einem Kasten im vorderen Teil des Beitrages zusätzlich vorgestellt worden. Damit werde deutlich gemacht, dass der Autor als Vertreter eines Interessenverbandes schreibe. Niemand in der Leserschaft werde nach der Lektüre annehmen, objektiv informiert worden zu sein. Der Beitrag habe vielmehr dem Zweck gedient, in einer viel diskutierten Frage – Vor- und Nachteile des Konsums von Milch und Milchprodukten – Antworten zu geben. Der Vertreter des Magazins fügt hinzu, es entspreche der gängigen Spruchpraxis des Presserats, dass auch interessengeleitete Gastbeiträge bei entsprechender Transparenz mit dem Pressekodex vereinbar seien. Durch den Hinweis auf die Position des Autors könnten Leserinnen und Leser den Gastbeitrag einschätzen und bewerten. Die erforderliche Transparenz sei geschaffen. Eine Verletzung des Trennungsgrundsatzes liegt auch nicht vor.

Der Beschwerdeausschuss erkennt keine Verletzung der in Ziffer 7 des Pressekodex geforderten klaren Trennung von Redaktion und Werbung. Die Beschwerden sind unbegründet. Der Gastautor des Beitrags wird in der Berichterstattung vorgestellt, so dass die Leserinnen und Leser darüber informiert werden, dass es sich bei dem Artikel nicht um einen neutralen redaktionellen Beitrag, sondern eine Veröffentlichung handelt, in der ein bestimmtes Interesse vertreten wird. Der Transparenzpflicht wurde damit Genüge getan. Eine Kennzeichnung als Anzeige war nicht erforderlich, da die Veröffentlichung nicht bezahlt wurde. Richtlinie 7.1 des Kodex wurde somit nicht verletzt. Auch Schleichwerbung nach Richtlinie 7.2 des

Kodex liegt nicht vor, da es sich bei der Veröffentlichung um einen klar als solchen erkennbaren Gastbeitrag handelt. In diesem äußert der Autor eine bestimmte Sichtweise zum Thema Milch. Die Leserinnen und Leser könnten dies entsprechend bewerten.

Aktenzeichen:0679/21/3

Veröffentlicht am: 01.01.2021

Gegenstand (Ziffer): Trennung von Werbung und Redaktion (7);

Entscheidung: unbegründet